

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Кафедра маркетингу

06-13-108М

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до організації проходження виробничої переддипломної
практики для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
денної і заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною
радою з якості ННІЕМ
Протокол № 1 від 02.09.2021 р.

Рівне – 2021

Методичні вказівки до організації проходження виробничої переддипломної практики для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» денної і заочної форм навчання [Електронне видання] / Мальчик М. В., Попко О. В., Мартинюк О. В., Толчанова З. О., Оплачко І. О. – Рівне : НУВГП, 2021. – 18 с.

Укладачі: Мальчик М. В., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу;

Попко О. В., д.е.н., професор кафедри маркетингу;

Мартинюк О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу;

Толчанова З. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу;

Оплачко І. О., к.е.н., доцент кафедри маркетингу.

Керівник групи забезпечення спеціальності: Мартинюк О. В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Мета та завдання практики.....	4
2. Порядок організації та керівництво практикою.....	5
2.1.Обов’язки і права студента-практиканта.....	6
2.2. Обов’язки та права підприємства-базис практики.....	7
2.3. Обов’язки керівника практики від університету.....	8
3. Програмний зміст практики.....	9
4. Структура звіту про проходження виробничої переддипломної практики.....	11
5. Вимоги до оформлення звіту з практики.....	13
6. Захист та оцінювання звіту з практики.....	15
Рекомендована література.....	17
Додатки.....	18

© М. В. Мальчик, О. В. Попко,
О. В. Мартинюк, З.О.Толчанова,
І. О. Оплачко, 2021
© НУВГП, 2021

ВСТУП

Виробнича переддипломна практика студентів кафедри маркетингу НУВГП є обов'язковим компонентом освітньо-професійної програми для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти і має на меті набуття студентом професійних навичок та вмінь. Призначення виробничої переддипломної практики – закріплення теоретичних знань, отриманих ними під час навчання, набуття й удосконалення компетентностей, визначених відповідною освітньою програмою вищої освіти.

Практична підготовка студентів проводиться в умовах професійної діяльності під організаційно-методичним керівництвом викладача та фахівця з боку організації, яка виступає базою практики. Базами практики є підприємства, організації та установи різних форм власності, галузевої приналежності, організаційно-юридичної форми бізнесу, які використовують маркетингову концепцію управління.

Практика проводиться у колективній та індивідуальній формах, а саме: консультації, бесіди із спеціалістами, екскурсії; безпосереднє вивчення програмних питань, виконання відповідних розрахунків, проведення необхідних досліджень. Для успішного виконання програми виробничої переддипломної практики студент-практикант повинен володіти відповідними теоретичними знаннями. За необхідності студент відпрацьовує необхідні теоретичні питання самостійно, консультується із відповідальними за проведення практики від кафедри і підприємства та іншими викладачами ЗВО.

Програма виробничої переддипломної практики студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти базується на ОПП підготовки магістра зі спеціальності «Маркетинг».

Програма практики є основним навчально-методичним документом для студентів і керівників переддипломної практики від навчального закладу та баз практики.

1.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ ПРАКТИКИ

Метою виробничої переддипломної практики є оволодіння студентами сучасними методами, розрахунково-аналітичними операціями, управлінськими процедурами та технічними засобами виконання робіт у сфері маркетингу. У період її проходження, на основі здобутих під час навчання знань, формуються професійні уміння і навички з підготовки та прийняття самостійно обґрунтованих організаційно-економічних рішень, розвиваються потреби у постійному підвищенні інтелектуального потенціалу і творчих здібностей студентів.

Основними завданнями у процесі проходження виробничої переддипломної практики студентів є:

- оволодіння сучасними методами комплексного маркетингового аналізу діяльності підприємства та його підрозділів;
- оволодіння методами діагностики конкурентного середовища підприємства;
- формування у майбутніх фахівців умінь та навичок діагностики конкурентного середовища підприємства;
- формування у майбутніх фахівців умінь та навичок розробки окремих розділів маркетингового планування діяльності підприємства;
- формування на базі одержаних у навчальному закладі знань професійних умінь, навичок, необхідних для прийняття самостійних рішень;
- формування навичок розробки маркетингових стратегій підприємства;
- систематичне оновлення та творче застосування набутих знань у практичній діяльності при вирішенні завдань, які постають при реалізації ключових функцій маркетингового аналізу та діяльності підприємства.

Практика здобувачів вищої освіти у цілісному навчально-виховному процесі передбачає:

- оволодіння різноманітними видами професійної діяльності;
- отримання особистого досвіду роботи у різних професійних ролях;
- самовдосконалення у професійній майстерності.

Очікуваними результатами проходження виробничої переддипломної практики є:

- знання основ функціонування відділу маркетингу в організації;
- вміння працювати з емпіричною базою дослідження (складання програми і плану дослідження, постановка і формулювання

завдань дослідження, визначення об'єкта дослідження, вибір методики дослідження, вивчення методів збору й аналізу даних);

- уміння застосовувати на практиці методики спостереження та опитування;

- уміння відбирати релевантну інформацію, для прийняття управлінських рішень, готувати й обґрунтовувати висновки проведених досліджень.

Проходження переддипломної практики передбачає формуваннята розвиток у здобувачів вищої освіти

- **компетентностей:**

1. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

2. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

3. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

4. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

- **програмних результатів навчання:**

1. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.

2. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

3. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

2. ПОРЯДОК ОРГАНІЗАЦІЇ ТА КЕРІВНИЦТВО ПРАКТИКОЮ

Методичне керівництво практикою здійснює випускаюча кафедра маркетингу НУВГП. Згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 93 від 08.04.1993р. «Про затвердження Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України» студент має право самостійно (за узгодженням з випусковою кафедрою) підбирати для себе місце проходження практики і пропонувати його для використання як базу практики.

З базами практики університет завчасно укладає договори на її

проведення за формою, яка передбачена Наказом Міністерства освіти і науки № 209 від 03.03.2014 «Про затвердження форм документів з підготовки кадрів у вищих навчальних закладах I-IV рівнів акредитації». На основі укладених договорів складається наказ по університету на проходження практики. Після підписання ректором наказу зміна бази проходження практики не дозволяється. Терміни початку та закінчення практики відповідають графіку навчального процесу і обов'язкові для виконання.

Керівництво практикою здійснює викладач кафедри маркетингу та спеціаліст від підприємства-бази практики. Перед початком практики студент зобов'язаний пройти інструктаж з техніки безпеки. Проведення інструктажу студентів щодо правил техніки безпеки, порядку походження і змісту практики здійснюється під час проведення настановних зборів.

Відповідальність за організацію, проведення і контроль виробничої переддипломної практики студентів по кафедрі покладається безпосередньо на завідувача відповідної кафедри.

У графіку відповідно до структури підприємства визначаються робочі місця, види робіт, завдання та їх тривалість. Структура графіку проходження виробничої переддипломної практики визначається таким чином, щоб практикант зміг отримати необхідні знання, уміння та навички відповідно до освітньо-професійної програми і можливостей бази практики.

2.1.Обов'язки і права студента-практиканта

Студент-практикант зобов'язаний:

- вивчити програму практики та дотримуватися методичних рекомендацій з її проходження;
- до початку практики одержати у керівника від кафедри консультації щодо оформлення усіх необхідних документів;
- своєчасно розпочати проходження практики і завершити виконання її програми згідно з термінами, передбаченими графіком навчального процесу. У випадку, якщо підприємство (організація, установа), куди студент направляється на виробничу переддипломну практику, з якихось причин не може забезпечити проходження практики, студент повинен у той же день повідомити про це кафедру;
- пройти вхідний інструктаж на робочому місці з охорони праці та техніки безпеки і суворо дотримуватися цих правил протягом

практики;

- підпорядковуватися діючим на підприємстві (в організації, установі) правилам внутрішнього розпорядку;

- повністю виконати завдання, передбачені програмою виробничої переддипломної практики;

- виконувати вказівки керівника практики від підприємства;

- не розголошувати комерційну таємницю та службову інформацію;

- систематично підбирати матеріал для формування звіту, виконання індивідуального завдання;

- наприкінці практики скласти й подати звіт про її проходження для перевірки керівнику від підприємства отримати характеристику із оцінкою проходження практики. Після цього звіт необхідно представити на кафедру у визначені строки подання робіт для захисту.

Студент-практикант має право:

- звертатися за консультаціями до керівників практики, підрозділів та провідних фахівців;

- користуватися бібліотекою підприємства, фондом законодавчих актів, нормативних та інструктивних матеріалів з програмних питань виробничої переддипломної практики;

- знайомитися з установчими документами, фінансовою та статистичною звітністю підприємства, якщо ці документи не містять комерційної таємниці підприємства.

2.2. Обов'язки та права підприємства-бази практики

Відповідно до договору, укладеного між університетом і базою практики, база практики зобов'язана:

- прийняти студентів на практику згідно з календарним планом проходження практики та забезпечити поетапне проходження практики;

- створити студентам необхідні умови для проходження практики, надати можливість користуватись статистичною, фінансовою, акціонерською звітністю та документами первинного обліку, необхідними для виконання програми практики;

- створити студентам необхідні умови для безпечної роботи на кожному робочому місці, проводити обов'язкові інструктажі та навчання з охорони праці та безпеки життєдіяльності;

- забезпечити табельний облік виходів студентів-практикантів на роботу, не допускати використання їх на посадах та роботах, що не

відповідають програмі практики та майбутній спеціальності. Про всі порушення студентом-практикантом трудової дисципліни, правил внутрішнього розпорядку та про інші порушення повідомляти університет;

- створити умови для участі студентів у громадському житті колективу, знайомити з історією підприємства, залучати їх до роботи;
- після закінчення практики надати характеристику роботи студента-практиканта, завірити звіт.

Підприємство – база практики несе повну відповідальність за виконання правил техніки безпеки студентами-практикантами.

2.3. Обов'язки керівника практики від університету

Надання методичної допомоги студентам в період виробничої переддипломної практики покладається на керівника практики від кафедри маркетингу, який призначається наказом ректора.

Керівник виробничої переддипломної практики від університету зобов'язаний:

- забезпечити проведення всіх організаційних заходів перед від'їздом студентів на практику (провести інструктаж про порядок проходження практики; інструктаж з охорони праці і техніки безпеки в період роботи, під час переїзду до бази практики та повернення в університет; надання студентам-практикантам необхідних документів);
- контролювати своєчасність прибуття студентів на бази практики, забезпечення нормальних умов праці і побуту студентів;
- контролювати виконання планів, відповідність робочих місць студентів програмі практики;
- надати методичну допомогу студентам в складанні і оформленні письмового звіту;
- оцінити залік по практиці у студента згідно з вимогами ЄКТС.

3. ПРОГРАМНИЙ ЗМІСТ ПРАКТИКИ

Зміст виробничої переддипломної практики студентів визначається переліком і тематикою навчальних дисциплін, які є обов'язковими для студентів спеціальності «Маркетинг», а також тих, котрі вибрані для вивчення практикантом.

Кількість часу, відведеного на опрацювання питань з кожного розділу практики, встановлюється керівником практики від бази практики разом зі студентом-практикантом відповідно до наявного на

базі практики матеріального та нормативного забезпечення, напрямів діяльності, кваліфікації персоналу тощо.

Під час проходження виробничої переддипломної практики студент має ознайомитися з основними характеристиками підприємства, виконати основні завдання практики та висвітлити основні результати роботи у звіті з виробничої переддипломної практики за такими основними етапами:

I етап. Знайомство з об'єктом практики.

II етап. Підбір та узагальнення необхідних даних.

III етап. Обробка та аналіз одержаної інформації.

IV етап. Висновки практики.

Деталізація та подальша конкретизація напрямку дослідження здійснюються під час проведення індивідуальних консультацій з керівниками практики, викладачами профільної кафедри.

Індивідуальне завдання розробляється керівником виробничої переддипломної практики від кафедри і видається кожному здобувачеві вищої освіти.

Зміст індивідуального завдання повинен враховувати конкретні умови та можливості підприємства (організації, установи), відповідати потребам виробництва і одночасно відповідати цілям і завданням дипломування за спеціальністю 075 «Маркетинг». Крім того, індивідуальне завдання має відповідати здібностям і теоретичній підготовці магістрантів, враховувати їх навички до аналітичної та наукової роботи.

Індивідуальне завдання складається в довільній формі і залежить від теми кваліфікаційної магістерської роботи, об'єкта, предмета та завдань дипломного дослідження. Тому, перш ніж приступити до розробки індивідуального завдання на переддипломну практику, слід визначитися з вищезазначеними елементами кваліфікаційної магістерської роботи та скласти її попередній план. Це дасть можливість розробити якісне індивідуальне завдання та визначитися зі змістом, обсягом звіту з практики, документацією, що потрібна для написання кваліфікаційної роботи та уникнути труднощів при написанні практичної (другої, аналітичної) частини кваліфікаційної роботи. Слід зазначити, що індивідуальне завдання за потреби може змінюватися під час проходження виробничої переддипломної практики, але ці зміни обов'язково узгоджуються з науковим керівником.

Найбільш загальними завданнями при проходженні виробничої переддипломної практики є:

- вивчення структури підприємства, наявності маркетингового

підрозділу та його місця в загальній структурі підприємства, технології виробництва, загальних функцій виробничих, економічних та управлінських підрозділів;

- вивчення та аналіз планування виробництва продукції та її збуту;
- вивчення матеріально-технічного забезпечення виробництва товарів та надання послуг;
- оцінка маркетингової складової в діяльності підприємства;
- оцінка номенклатури і якості продукції або послуг;
- вивчення механізму формування витрат та ціноутворення;
- визначення фінансових результатів діяльності підприємства;
- оцінка соціальної ефективності виробничої та управлінської діяльності;
- аналіз інформаційного забезпечення маркетингової діяльності на підприємстві;
- оцінка процесу прийняття рішень з удосконалення управління маркетингу на підприємстві;
- аналіз організації виконання рішень тощо.

Мета аналізу маркетингової діяльності підприємства – виявлення проблем. Для проведення аналізу можуть бути використанні такі методи як: PEST-аналіз, SWOT-аналіз, SNV-аналіз, портфельний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, факторний аналіз, коефіцієнтний аналіз, методи фінансового аналізу, інтерв'ю зі співробітниками підприємства (організації) та інші методи польових та кабінетних досліджень.

Під час проходження виробничої переддипломної практики основна увага приділяється економічним аспектам діяльності підприємства. Вивчаються установчі документи, бізнес-плани і їхні варіанти, контракти, договори, угоди і вся документація з господарчої діяльності.

Під час проходження виробничої переддипломної практики магістрант повинен, по-перше, провести наукові дослідження, діагностику маркетингової системи підприємства чи структурних підрозділів, розробити рекомендації з удосконалення маркетингової діяльності; по-друге, приймати участь у роботі підрозділу підприємства (магістрант переймає досвід та бере участь у розробці стратегічних та тактичних завдань підприємства (підрозділу), у плануванні та організації діяльності підприємства; за дорученням керівника здійснювати поточний контроль за діяльністю структурного підрозділу, підтримувати зв'язок з іншими підрозділами підприємства; з дозволу керівника підрозділу проводити виробничі наради; брати участь в обговоренні окремих проблем, що потребують вирішення та намагатися набути навичок ділового

спілкування; допомагати керівникові підрозділу в складанні звітних документів та оперативної інформації щодо діяльності підрозділу; спонукати працівників до ефективної діяльності; розробляти пропозиції щодо впровадження заходів з поліпшення діяльності у підрозділі тощо); по-третє, провести необхідні «польові» дослідження і зібрати матеріал, необхідний для написання звіту та подальшого його використання при написанні дипломної роботи.

При підготовці звіту з виробничої переддипломної практики здобувачі вищої освіти повинні використовувати методологію наукових досліджень, методологію прикладних досліджень у маркетингу, інструментарій стратегічного маркетингу, інструментарій маркетингових досліджень, економіко-статистичні методи (при оброблюванні даних), методи прогнозування та інші.

Під час проходження виробничої переддипломної практики практиканту рекомендується ознайомитися з вітчизняною та зарубіжною літературою, Інтернет-джерелами, в яких висвітлюється досвід діяльності організацій з теми дипломного дослідження. Також слід вивчити нормативно-правові акти, постанови, інструкції і методичні вказівки, що регламентують діяльність підприємства.

4. СТРУКТУРА ЗВІТУ ПРО ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПЕРЕДДИПЛОМНОЇ ПРАКТИКИ

Результати проходження практики здобувач вищої освіти-магістрант оформляє як письмовий звіт. Він повинен мати чітку побудову, логічну послідовність, переконливу аргументацію, доказовість висновків і обґрунтованість рекомендацій.

В основу звіту повинні бути покладені ретельно відібрані, достовірні, систематизовані і узагальнені дані. У процесі збору і первинного опрацювання матеріалу слід звертати увагу на кількісну відповідність аналогічних даних у різних джерелах, що підтверджує їх релевантність. При цьому важливо використовувати здобуті в університеті знання з маркетингових досліджень, маркетингової товарної політики, маркетингового ціноутворення, маркетингових комунікацій тощо.

Джерелами інформації для проведення аналізу (оцінки) результатів діяльності підприємства, підготовки звіту про результати проходження переддипломної практики, написання кваліфікаційної магістерської роботи є матеріали, наведені в додатку В, а також плани і звіти про результативність різних напрямів господарської діяльності, дані

оперативного статистичного і бухгалтерського обліку, опитування і спостереження на робочих місцях, інша оперативна і періодична документація, корпоративна преса, виступи керівників та спеціалістів підприємства.

Збираючи та опрацьовуючи матеріал, необхідно дослідити якомога більше нового з того, що з'явилося у практиці господарювання в даній галузі, передовий досвід, нормативні документи. З урахуванням цих матеріалів здійснюється аналітичне оцінювання діяльності підприємства у досліджуваному напрямі, з'ясовуються шляхи і обґрунтовуються конкретні заходи щодо підвищення ефективності його функціонування і розвитку.

Обсяг звіту – 20 сторінок тексту (без врахування додатків). У звіт включаються:

- титульна сторінка;
- зміст;
- вступ;
- загальна характеристика організації;
- аналіз маркетингового середовища організації (зовнішнього та внутрішнього);
- індивідуальне завдання;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Титульна сторінка. Приклад оформлення титульної сторінки наведено у додатку А.

Зміст. Містить перелік структурних розділів звіту з посиланням на сторінки.

Вступ. У вступі розглядаються проблеми розвитку галузі, її стан на поточний період, характеризуються цілі, завдання, організаційні основи, принципи побудови господарюючої структури. При цьому розглядаються поточні та довгострокові завдання.

Загальна характеристика організації (установи, підприємства та ін.). У розділі розглядається організаційно-правова форма підприємства, історія його створення та розвитку, зазначається місцезнаходження. Досліджується система управління, структура підприємства, надається характеристика підрозділів, покладених на них функції, взаємозв'язки між ними; розкриваються основні види діяльності та послуги, що надаються, основні операції.

Аналіз маркетингового середовища організації. Передбачає огляд маркетингового середовища у розрізі компонент що його складають.

Індивідуальне завдання. Видається керівником виробничої переддипломної практики у відповідності до обраної теми магістерської кваліфікаційної роботи.

Висновки. На закінчення звіту необхідно зробити висновки про стан підприємства, виявити сильні і слабкі сторони його діяльності, показати можливості ефективної роботи, відмітити рівень виконання поставлених у вступі мети і завдань.

Список використаних джерел містить джерела, на які є посилання у звіті.

Додатки. Використовуються у разі потреби продемонструвати таблиці, рисунки, схеми, діаграми, документацію, ілюстраційний матеріал, не включені до основної частини звіту.

На розсуд керівника виробничої переддипломної практики від кафедри замість деяких розділів тематичного плану здобувачу вищої освіти може бути запропоновано поглиблене вивчення тих розділів, що безпосередньо пов'язані з обраною темою кваліфікаційної магістерської роботи.

Звіт і щоденник виробничої переддипломної практики повинні бути завірені печаткою та підписом керівника практики від підприємства, організації, установи.

5. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Завершальний етап виробничої переддипломної практики – правильне та своєчасне оформлення звіту про проходження практики, який дає можливість оцінити обсяг і якість виконаної студентом-практикантом роботи. Звіт складається під час практики на підприємствах-базах практики. Нумерація сторінок тексту наскрізна і починається з титульного аркуша. Номер сторінки на титульному аркуші не проставляється. На інших сторінках номер сторінки вказується арабськими цифрами у правому верхньому кутку.

Звіт оформлюється у вигляді пояснювальної записки на аркушах формату А4 (210х297) з одного боку. Поля: ліве – 30 мм, верхнє та нижнє – 20 мм, праве – 10 мм; шрифт типу Times New Roman, розмір шрифту 14 кегль, інтервал між рядками – 1,5, вирівнювання за шириною. Складений звіт повинен мати наскрізну нумерацію сторінок (номер на першій сторінці не проставляється), а аркуші звіту повинні бути зшиті. Взірець обкладинки наводиться у додатку. Звіт перевіряється і затверджується керівниками практик від бази практики (з обов'язковим проставлянням підпису керівника практики і печатки

бази практики на титульному аркуші звіту) та університету. Звіт може бути рукописним або друкованим. Текст пишеться державною мовою, без скорочень, чітким почерком. Кожен розділ звіту рекомендується починати з нової сторінки та супроводжувати схемами, таблицями і розрахунками. Ілюстрації (рисунки, графіки, схеми, діаграми) слід розміщувати безпосередньо після тексту, де є на нього посилання. Нумерація ілюстрацій проводиться в межах розділу. Ілюстрація починається словом «Рис.» (без лапок), яке разом з назвою розміщують після пояснювальних даних, наприклад,

«Рис. 3.1. Організаційна структура підприємства». Слово «Таблиця» ставиться з правого боку над таблицею, а в наступному рядку посередині розташовується її назва. Нумеруються таблиці в межах розділу. При нумерації таблиць та схем слід використовувати тільки арабські цифри. При використанні формул треба пояснювати їх зміст.

Орієнтований обсяг звіту – 20 сторінок. Розкриття змісту повинно бути чітким, всебічним, аргументованим і послідовним.

Студент-практикант є автором свого письмового звіту, тому він повинен самостійно, творчо, активно над ним працювати. Якщо виникнуть труднощі в написанні звіту, студент повинен звернутися до керівника практики від виробництва або університету для отримання консультацій з незрозумілих питань.

До звіту додається щоденник, в якому вказується:

- назва бази практики;
- дата прибуття і від'їзду з бази практики;
- підпис керівника, який завіряється печаткою бази практики;
- перелік виконуваних робіт та відгук керівника від установи-бази практики щодо роботи практиканта.

Керівник практики від підприємства обов'язково перевіряє звіт в останні дні її проходження або в університеті протягом перших десяти днів семестру, який починається після практики для студентів-практикантів, що проходили практику в інших регіонах. Оцінка за практику вноситься в заліково-екзаменаційну відомість та в індивідуальний план студента. Факт перевірки звіту засвідчується на титульному аркуші підписомі печаткою.

Звіт підписується студентом із зазначенням дати на останній сторінці висновків та на титульному аркуші і разом з іншими документами подається до захисту.

6. ЗАХИСТ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТУ З ПРАКТИКИ

Виробнича переддипломна практика є окремим кредитним модулем і її виконання оцінюється за такими критеріями: змістовні та економічні аспекти роботи, якість захисту звіту. Максимальна оцінка – 100 балів.

Таблиця 6.1

Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів у ЄКТС

Кількість набраних балів	Оцінка за 5-ти бальною шкалою	Рівень компетенції	Критерії оцінювання практики
90-100	5	Високий (творчий)	Студент повністю виконав програму практики; звіт за структурою, обсягом і змістом відповідає вимогам програми практики; основні положення звіту глибоко обґрунтовані і логічні; звіт має якісне оформлення; під час захисту звіту студент аргументовано доводить набуття ним практичних навичок, передбачених програмою практики.
82-89	4	Достатній (конструктивно-варіативний)	Студент повністю виконав програму практики; звіт за структурою, обсягом і змістом відповідає вимогам програми практики; основні положення звіту достатньо обґрунтовані; незначне порушення послідовності; прийнятне зовнішнє оформлення; захист звіту дозволяє виявити наявність необхідних практичних умінь, передбачених програмою практики.
74-81			Студент повністю виконав програму практики; звіт за структурою, обсягом і змістом відповідає вимогам програми практики, але має незначні недоліки; основні положення звіту обґрунтовані; задовільне зовнішнє оформлення звіту; захист звіту дозволяє виявити наявність практичних умінь, передбачених програмою практики, незначні недоліки, які при цьому спостерігаються, студент виправляє сам.

64-73	3	Середній (репро- дуктивний)	Студент повністю виконав програму практики; звіт відповідає вимогам програми, але має недоліки за структурою і змістом; основні положення звіту недостатньо обґрунтовані з порушенням послідовності; задовільна якість оформлення звіту; захист звіту з незначними недоліками, які студент усуває з допомогою викладача.
60-63			Студент повністю виконав програму практики; звіт має недоліки за структурою і змістом; основні положення звіту недостатньо обґрунтовані з порушенням послідовності; якість зовнішнього оформлення звіту задовільна; захист звіту не дозволяє в повній мірі виявити практичні навички, передбачені програмою практики.
35-59	2	Низький (рецептивно- продук- тивний)	Студент виконав більше 50 % програми практики; звіт відповідає вимогам програми практики, але має значні неточності за структурою і змістом; основні положення звіту недостатньо обґрунтовані з порушенням послідовності; якість зовнішнього оформлення звіту задовільна; захист звіту показує, що студент не набув достатніх практичних навичок, передбачених програмою практики.
0-34			Студент виконав менше 50 % програми практики і представив звіт незадовільного змісту і якості оформлення; захист звіту показує відсутність практичних навичок, передбачених програмою практики.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Абаев А. Л. Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалаврата и магистратуры / А. Л. Абаев и др. М. : Издательство Юрайт, 2017. 362 с.
2. Балан В. Г. Стратегічне управління. Методи портфельного аналізу : навчальний посібник. Київ : Наукова столиця, 2018. 200 с.
3. Крикавський С. Логістика та управління ланцюгами поставок. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. 848 с.
4. Мальчик М. В. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика : монографія / Мальчик М. В., Попко О. В., Гонтаренко Н. А., Толчанова З. О., Мартинюк О. В., Коваль С. І., Мельник Т. Д; за редакцією Мальчик М. В. Рівне : НУВГП, 2015. 192 с.
5. Мальчик М. В. Маркетинг : навч. посібник / Мальчик М. В., Гонтаренко Н. А., Попко О. В., Толчанова З. О., Король Б. О., Мартинюк О. В., Коваль С. І.; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М. В. Рівне : НУВГП, 2014. 444 с.
6. Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2007. 928 с.
7. Липчук В. В. Маркетинговий аналіз/ URL: http://pidruchniki.Ws/1857031451887/marketing/marketingoviy_analiz_-_lipchuk_vv.
8. Міжнародний маркетинг : підручник / за заг. ред. А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 448 с.
9. Міжнародний маркетинг : навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. К. : НАУ, 2019. 164 с.
10. Попко О. В. Стратегічні імперативи маркетингової діяльності операторів молочного ринку України : монографія. Рівне : НУВГП, 2020. 251 с.
11. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. К. : Видавництво Наш Формат, 2020. 424 с.
12. Райс Ел, Траут Дж. Маркетингові війни. Видавництво Фабула, 2019. 240 с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА
ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**

Кафедра маркетингу

ЗВІТ
про проходження виробничої переддипломної практики

(назва підприємства – бази практики з вказанням його підпорядкування)

Керівник від бази практики:

(посада)

М.П.

Керівник від університету:

(прізвище та ініціали)

Виконав (ла):

студент (ка) групи _____
_____ курсу спеціальності 075
«Маркетинг»

(підпис)

Рівне – 20 р.